

# Voorlichting op YouTube

Suzan Oudejans\*

De diversiteit aan filmpjes op de website YouTube is enorm. Daardoor is het mogelijk een kijkje te nemen in de keuken van drugs- en alcoholvoorlichters in andere landen én in andere tijdsgewrichten. Zoeken met termen als '(anti-)drug campaign' levert een lange lijst filmpjes op, overigens hoofdzakelijk van Amerikaanse origine. Het is niet altijd even duidelijk wat de bron is van de filmpjes en er zitten vele 'spoofs' (parodieën op bestaande filmpjes) bij. Maar er zijn ook echte pareltjes te vinden; vanwege de kracht van de boodschap maar ook vanwege de historie. Hieronder enkele voorbeelden. Alle filmpjes zijn te vinden door te zoeken op de genoemde titel.

## The terrible truth

The terrible truth stamt uit de jaren vijftig van de vorige eeuw. Interessant en nogal 'cheesy' vanwege het taalgebruik ('They both smoked pot - that's jive talk for marihuana') en verwijzingen naar het communisme ('Some say the Reds are promoting dope traffic in the United States to undermine national morale'). We zien een rechter die de kijker waarschuwt voor de gevaren van drugs, via het onthutsende verhaal van een jong meisje, Phyllis, dat in aanraking komt met drugsgebruikende man, verliefd wordt en het gaat van kwaad tot erger. Phyllis verandert van een 'picture perfect'-meisje in een puber die optrekt met jongens die marihuana gebruiken. Ze raakt via haar dealende vriend zelf verslaafd aan heroïne. Het lukt Phyllis om af te kicken en 'eind goed, al goed'. De boodschap van het filmpje steunt op de 'gateway'-theorie, namelijk dat beginnen met softdrugs leidt tot het gebruik van harddrugs.

## This is your brain on drugs

Het Partnership for a Drug Free America waarschuwde dertig jaar later (1987/1998) op een confronterender manier voor de gevaren van drugs. Een ei gebakken in hete boter geldt als metafoor voor de hersenen onder invloed van drugs. Er zijn verschillende versies van deze spot te vinden, waaronder heel wat 'spoofs'. Onder commentatoren bij de geplaatste video's is dan ook een levendig debat gaande over welk filmpje nu de oorspronkelijke is. Volgens Wikipedia ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)) zijn dat de spotjes uit 1987 en 1998. In het eerste neemt een

\* S. Oudejans is onderzoeker bij het Amsterdam Institute for Addiction Research te Amsterdam. E-mail: s.c.oudejans@amc.uva.nl.

man een ei in de hand en zegt: 'This is your brain.' Hij pakt vervolgens een koekenpan met gesmolten boter en zegt: 'This is drugs', slaat het ei stuk in de pan en vervolgt met: 'This is your brain on drugs. Any questions?' Er is ook een kortere versie waarin alleen een ei figureert. De versie uit 1998 is harder en alleen gericht op heroïne. Actrice Rachael Leigh Cook stelt het ei voor als de hersenen, maar hier geldt de koekenpan als heroïne. Binnen een paar seconden maakt ze korte metten met het ei ('This is what happens to your brain after snorting heroin') en het interieur van keuken ('And this is what your family goes through ... and your friends'). De spot eindigt ook hier met: 'Any questions?'

#### **Don't let your lungs go to pot**

De American Lung Association gooide het in de jaren tachtig over een andere boeg. Acteurs van de hitserie *Fame* maken de jeugd duidelijk dat: 'You can't fly when you're high.' Een dubbele waarschuwing tegen het roken van marihuana. Pikant detail is dat Gene Anthony Ray, die de rol van Leroy speelde (hij is overigens niet te zien in dit filmpje) jarenlang kampte met drugs- en alcoholproblemen en seropositief was; in 2003 overleed hij aan een hersenbloeding.

#### **Dandruff coke**

In een Colombiaans spotje uit 2000 snuift een man iets van de schouder van een voor hem in de bus zittende man: roos. 'Cocaine is addictive. Very addictive.'

#### **No brainer**

De enigsins onsmakelijke boodschap 'No brainer' van de Nieuw-Zeelandse National Society on Alcohol and Drug Dependence won in 2003 een Shark Award, uitgereikt tijdens het Ierse International Advertising Festival. Het filmpje werd als zo schokkend ervaren dat het leidde tot een officiële klacht (die overigens ongegrond werd verklaard) bij de Nieuw-Zeelandse reclamecodecommissie. In het filmpje figureert een trendy 'clubber' die een toiletbril gebruikt om zogenaamd methamfetamine ('crystal meth') te snuiven. Dit middel is populair in Australië, Nieuw Zeeland en de Verenigde Staten; in Nederland zou het filmpje hoogstwaarschijnlijk over cocaïne gaan. Maar hij versnijdt niet de metamfetamine maar een stukje van zijn hersenen. Na het snuiven veegt hij het bloed van zijn neus en likt zijn vinger af. De boodschap is: 'Everyday, more and more people are lining up to destroy themselves.'

#### **Meer bekijken?**

- *I do coke* (jaren negentig). 'I do coke so I can work longer, so I can earn more, so I can do more coke. I do coke so I can work longer, so I can earn more, so I can do more coke.'
- *Smoking shortens your penis* (2006). Zo genoemde 'fingerleg'-spotje over het risico op impotentie voor Britse rokers.
- *Say no to dirt* (2007). Geen voorlichtingsfilmpje maar een fantasisch spotje van toilethygiënespecialist CWS.